



México DF a 29 de octubre del 2009.

BOLETÍN DEL PRENSA

El impacto económico a la microempresa durante la celebración del Día de muertos en la Ciudad de México

Los primeros días del mes de noviembre conmemoraremos la celebración de “los fieles difuntos”, una costumbre y tradición ancestral de los mexicanos, fecha conocida popularmente como el “Día de muertos”, y es en donde recordamos a nuestros difuntos como entes que regresan para convivir con la familia y degustar los alimentos para, finalmente, regresar al lugar donde descansan, es una tradición que reúne a los familiares e incluso nos hace reflexionar sobre la vida y nos reimos de la muerte.

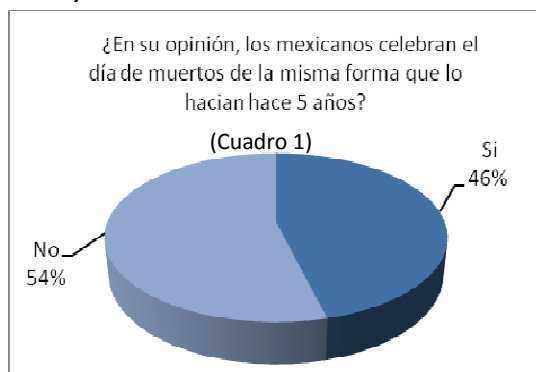
La tradición original fue adaptándose conforme la evangelización y la visión de los conquistadores para conformar varios elementos adaptados a lo que hoy en día celebramos, como las visitas al panteón, las cruces, calaveras de azúcar, e incluso las celebraciones religiosas encuentran sentido porque se tiene la esperanza de que los familiares o amigos fallecidos, hayan encontrado la paz y el descanso eterno.

También es una tradición que en este día tan especial los niños salgan a pedir “calaverita”, así como el recordar llamar a la muerte de formas jocosas para darle ese significado de respeto y admiración a ese último proceso natural de la vida.

Para la Cámara de Comercio, Servicios y Turismo de la Ciudad de México, ésta es una fecha que fomenta al comercio en dulcerías, papelerías, encargados de arreglos florales, etc., ya que ésta celebración forma parte de los días feriados que son de carácter social, y que generan un impacto económico muy importante en los diferentes sectores de comercio, servicios y turismo.

Realizamos un breve sondeo a un sector de nuestros agremiados para saber cuál es la opinión que tienen los pequeños empresarios sobre el “Día de muertos” y sobre el impacto económico que ésta festividad genera.

En primer lugar, pudimos confirmar que una mínima parte de la sociedad mexicana conserva la forma tradicional de celebrar estos días, sin embargo como es de nuestro conocimiento, otro gran sector la sociedad ha ido cambiando las celebraciones gracias a los elementos adquiridos de otras culturas cercanas, tal es el caso del Halloween que es en donde los jóvenes realizan fiestas para convivir con sus amigos, incluso haciendo uso de bebidas embriagantes, o las fiestas de niños en donde se les ve portando disfraces de fantasmas, monstruos, brujas, demonios, etc., dejando así muy atrás el verdadero significado de nuestra celebración y mezclándolo con extranjerismos.



En un alto porcentaje, nuestros agremiados confirman que en años pasados sus ventas aumentaban en casi un 70%, pero que el problema radica en el comercio ilegal que es el que desplaza a los formalmente establecidos debido a su ubicación que facilita la adquisición de productos al consumidor, y es más barata la venta de los productos o artículos, pero arriesgando la calidad y fomentando a los ilegales.

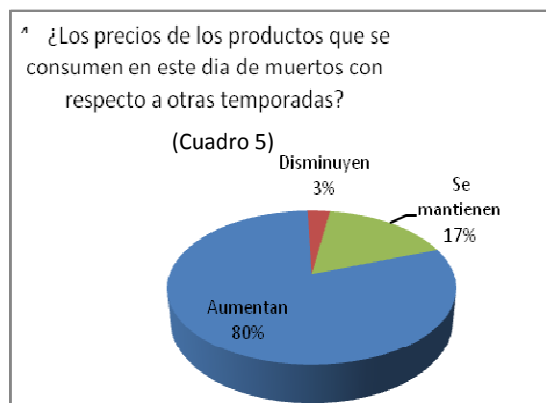
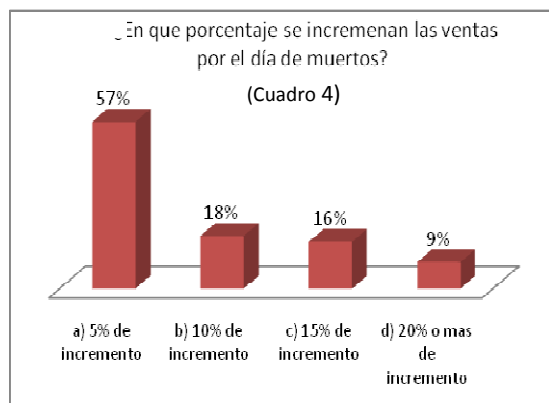
De entre los productos que más solicitan los públicos para estas celebraciones encontramos veladoras, frutas, dulces típicos, flores, alimentos, etc., incluso los disfraces y arreglos que se venden en papelerías son solicitados, por esa razón se confirma el aumento al que se refieren los comerciantes, además que el consumidor prefiere

comprar en mercados la flor o el chile, por ejemplo, y por ello no existe tanta competencia con los supermercados, aunque la contraparte viene de las celebraciones extranjeras mezcladas que son las que originan que artículos y productos como disfraces, maquillaje, arreglos de monstruos, etc., sean de alta demanda en estos grandes emporios que hacen a un lado a los pequeños negocios establecidos, recordando que quién mas gana en estas fechas son comerciantes informales.

Giros y productos de mayor actividad
(Cuadro 3)

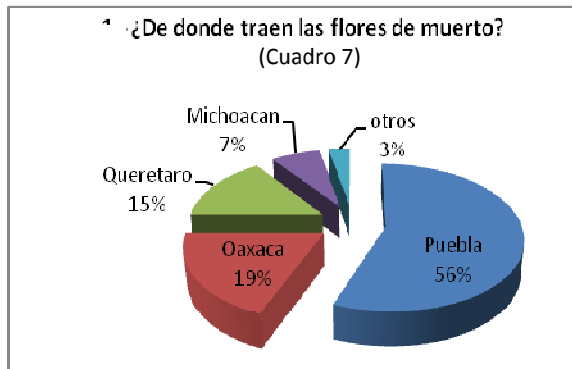
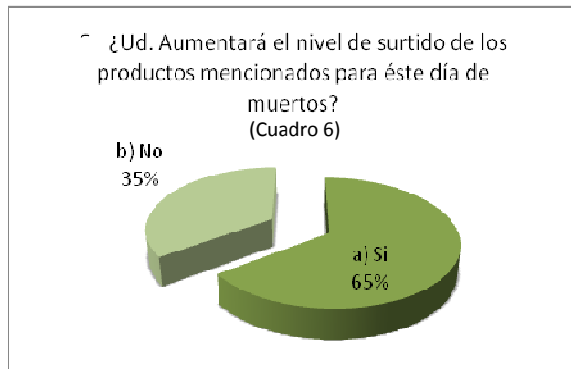
GIRO	PRODUCTOS DE VENTA
Venta de frutas, verduras y recaudería	plátano, naranjas, tejocote, caña, mandarina, guayaba, calabaza, manzana, camote, níspero, jicama
Venta de veladoras, velas y cirios	veladoras, velas, cirios, etc
Venta de chiles secos, semillas y mole	piloncillo, mole, nuez, chiles secos, canela, semillas, harinas y dulces típicos
Venta de disfraces	artículos y disfraces para Halloween
Abarrotes, vinos y licores	vinos, refrescos, cerveza, mezcal, veladoras, piloncillo, mole, dulces
Papelerías	papel picado, adornos de día de muertos, calaveritas de azúcar y chocolate
Venta de flores de muerto en Central de Abasto y Jamaica	flor de cempasúchil, pata de elefante, flor blanca y nube
Panadería	pan de muerto, pan de azúcar
Dulcerías	Dulces en general y chocolates

Es lamentable que las expectativas de los pequeños comerciantes no estén a la altura debido a que el porcentaje de incremento se prevé de un escaso 4%. En cambio las mayores ventas que corresponderían a la venta de flor superan apenas un 20%, con la incertidumbre de que este año sea inferior el aumento.



Con respecto a los precios de los productos, para estas fechas se registra un ligero incremento, a percepción de los vendedores, debido a la alta demanda, esto repercutiendo claramente en el precio que se ofrece al consumidor final (Cuadro 5), aunque el comercio informal ofrece los productos a mas bajo costo.

Para éstas fechas conmemorativas, la mayoría de nuestros agremiados espera mejorar el surtido de sus productos para generarse ganancias, sin embargo, solo un pequeño porcentaje de ellos es quien lo logra, debido a la falta de recursos, dejando a la mayoría simplemente en la intención, esto aunado a los problemas económicos que venimos arrastrando por la crisis económica y la contingencia sanitaria.



Para ésta temporada, sin duda el producto que acapara las ventas es la flor de Cempasúchil, debido a que es la más representativa forma de adornar los altares. La producción de ésta flor abastece al mercado nacional debido a que México utiliza casi un 80% de éste producto a nivel nacional y el otro 20% es para la exportación, cooperando así en un pequeño porcentaje de las ganancias del país, varios comerciantes formales de este sector, creen que este año va a ser más difícil la venta de sus productos y temen que se queden con mercancía.

Según el sondeo realizado por La Cámara de Comercio Servicio y Turismo en Pequeño de la Ciudad de México, la flor es el producto de mayor venta en esta temporada.

VENTAS MUERTAS PARA EL SECTOR FORMAL

Lastimosamente, para el sector formal, año con año los vendedores ambulantes ganan la venta al comercio establecido con el apoyo de las autoridades delegacionales. Cerca de de 4 mil 500 puestos eventuales se establecen en las puertas e inmediaciones de cada uno de los 117 panteones existentes en nuestra ciudad, estamos hablando que cuando menos 40 puestos se instalan en cada panteón, donde un permiso delegacional tiene un costo de alrededor de 40 pesos a quien lo solicite y sin requisito alguno..

El mismo fenómeno que se registra con la venta de flor, también se observa con otros productos: dulces, plantas, arreglos de cartón o de plástico, frutas, velas, veladoras, alimentos, bebidas, etc.

Del total de derrama económica que corre por los panteones, calles y comercios estimada en 480 millones de pesos, el comercio establecido llega a tener ventas por 192 millones de pesos —el 40 % del total estimado—, contra cerca de 288 millones de pesos —el 60 % del mismo total—, que en su conjunto tiene el comercio informal o ambulante. Como nos damos cuenta el comercio informal se lleva el mayor porcentaje, esto sin pagar impuestos y con la complacencia del Gobierno del Distrito federal.

AL TURISMO EN LA CIUDAD, TAMBIÉN SE LO LLEVA LA PARCA

A pesar de que en la Ciudad de México se encuentra el pueblo de Mixquic, el cual es considerado como uno de los principales atractivos turísticos a nivel internacional para esta temporada; así como Xochimilco en donde, desde hace algunos años se representa el espectáculo de “La Leyenda de la Llorona”, y en diversas partes de la Ciudad representaciones teatrales de la temporada, muestras artísticas tanto en el Zócalo así como en diversas plazas públicas, las cuales se suman a los atractivos ya tradicionales, tales como museos, parques recreativos, restaurantes, cines, etc., el turismo tiene una caída en nuestra ciudad del 30 % en comparación con el año pasado.

Es obvio que la Ciudad de México sigue sin representar un atractivo turístico. Incluso, el mismo ciudadano busca otros destinos como Oaxaca, Michoacán o Guerrero para esta temporada.

COMENTARIOS FINALES

El pequeño comercio, servicios y turismo de la Ciudad de México, se encuentra bajo una situación de estancamiento. Las festividades tradicionales que marcaban el impulso del sector están dejando de serlo.

La caída en ventas en días festivos, prende el foco de alerta. Una caída del sector repercutirá en el empleo y la generación de bienes y servicios populares.

Es necesario desalentar el mercado informal y promover el pequeño comercio, servicios y turismo formal.